

BAB IV

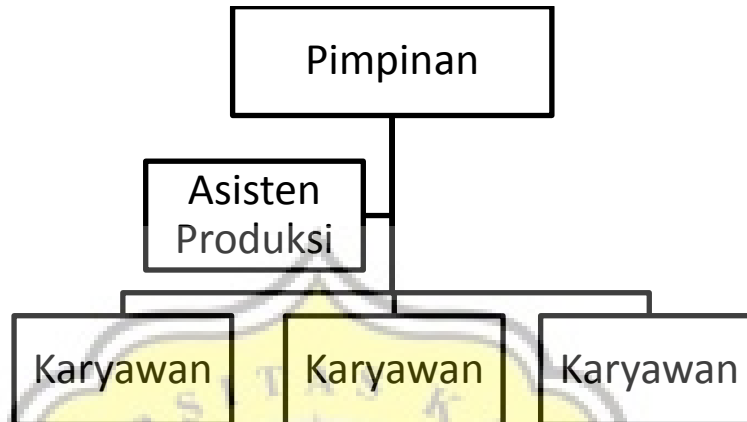
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Alexa Snack merupakan sebuah usaha kecil menengah (UKM) yang bergerak dibidang makanan, dirintis pada tahun 2015 oleh Christian Budiman, lokasi UKM ini terletak di Jalan Sompok Baru 102 Semarang yang dimana lokasi produksi menjadi satu dengan rumah tangga. Jumlah tenaga kerja usaha ini sebanyak 4 orang yang terdiri dari asisten produksi, dan bagian produksi. Jenis produk yang ditawarkan dari Alexa Snack sejumlah 7 macam. Brownies almond, pie buah, soes éclair, roti kering (castengel, nastar, yanhakel) macaroni schotel, pastel kentang, roti manis. Untuk pemasaran menggunakan sistem *by order* dan melalui media sosial Instagram @alexas_cookies.smg dan proses produksi dilakukan setiap hari. Ada pun daftar harga yang ditawarkan, sebagai berikut :

1. Brownies Almond ; ukuran 10x30 Rp.60.000
2. Fruit Pie : ukuran mini Rp.6.000 ; ukuran sedang 20cm Rp.130.000 ;
ukuran besar 22cm Rp.155.000, bentuk hati Rp. 135.000
3. Soes Éclair : Rp.6.000
4. Kue Kering : Nastar Rp.45.000 ; Kastengel Rp.50.000 ; Green Tea Cookies Rp.40.000 ; Yanhakel Rp.35.000
5. Roti Manis isi Ayam, Keju, Coklat Rp.3.000/pcs
6. Makaroni Schotel dan Pastel kentang : ukuran kecil Rp.10.000 ;
ukuran sedang Rp. 70.000 ; ukuran besar : Rp.90.000

Target pasar Alexa Snack mulai dari kalangan menengah hingga menengah ke atas serta pangsa pasarnya masih di wilayah Semarang.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.2 Gambaran Umum Responden

Data dari penelitian ini didapatkan dari empat orang responden dengan jabatan dan *Job Desk* yang berbeda. Empat responden tersebut adalah :

1. Christian Budiman, sebagai pemilik / pimpinan

Beliau merupakan pemilik sekaligus juga memiliki peran penting di dalam usaha ini, Dari awal usaha ini dirintis hingga berjalan saat ini, dia yang memegang kendali dalam pemasaran produk, seleksi karyawan, bekerja di dalam proses produksi, hingga mengikuti berbagai kursus-kursus masak untuk mendapatkan resep, dan tehnik membuat produk yang dipasarkan di UKM ini.

2. Melia Setiana, sebagai Asisten Produksi

Beliau merupakan kakak dari pemilik usaha ini, dan membantu saudara Christian Budiman dalam menjalankan usaha ini, fokus dalam mencari pemasok, keuangan dan pembukuan, dan juga membantu di dalam proses produksi.

3. Ibu Yani, sebagai Karyawan Bagian Produksi

Beliau merupakan salah satu karyawan di Alexa Snack yang bertugas di bagian produksi, dan pengecekan bahan baku.

4. Konsumen

Terdapat 10 orang konsumen yang akan diambil berdasarkan pembelian yang dilakukan sebanyak 2 kali atau lebih dalam 1 bulan.

Tabel 4.2.1

Gambaran Umum Responden Konsumen

Gambaran Umum Konsumen			
No.	Keterangan	Jumlah Orang	Persentase
1.	Usia		
	20 tahun - 30 tahun	8	80
	31 tahun - 40 tahun	2	20
2.	Pekerjaan		
	Karyawan Swasta	10	100
3.	Frekuensi Membeli		
	2 kali dalam 1 bulan	8	80
	3 kali dalam 1 bulan	2	20

Sumber : data primer yang diolah, 2017

4.3 Variabel SWOT

Variabel SWOT yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik Alexa Snack yaitu Christian Budiman dan penyebaran kuesioner yang ditujukan pemilik, asisten produksi, 1 orang karyawan bagian produksi dan konsumen. Kemudian hasil pengumpulan data dan informasi yang sudah dianalisis, diperoleh daftar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan serta peluang yang dapat dimanfaatkan juga ancaman yang dihadapi oleh Alexa Snack, yaitu :

1. Kekuatan / *Strength*

Variabel kekuatan merupakan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan ini seperti : mutu produk, harga yang bersaing, jenis produk, hubungan dengan pelanggan, tampilan produk, dan rasa. Data variabel kekuatan diperoleh dari konsumen selaku responden variabel kekuatan Alexa Snack dengan cara mengisi kuesioner. Berikut adalah tanggapan responden 10 orang konsumen :

Tabel 4.3.1
Tanggapan Konsumen Terhadap Kekuatan Alexa Snack

PERNYATAAN	Sangat tidak setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Netral (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat setuju (Skor 5)		Rata-rata skor	Keterangan
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1. Produk yang dihasilkan dari Alexa Snack mempunyai mutu yang baik	-	-	-	-	-	-	6	24	4	20	4.4	Setuju
2. Harga yang ditawarkan cukup bersaing.	-	-	-	-	-	-	4	16	6	30	4.6	Setuju

3. Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif.	-	-	-	-	-	-	7	28	3	15	4.3	Setuju
4. Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik.	-	-	-	-	-	-	4	16	6	30	4.6	Setuju
5. Tampilan produk dari Alexa Snack Menarik.	-	-	-	-	-	-	2	8	8	40	4.8	Setuju
6. Rasa produk yang enak.	-	-	-	-	-	-	5	20	5	25	4.5	Setuju

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang diperoleh dari Responden diatas, maka variabel Kekuatan / *Strength* berikut dinyatakan setuju :

a. Mutu produk yang baik

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa mutu produk yang baik dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Hasil dari produksi Alexa Snack menggunakan bahan baku yang berkualitas baik, sehingga produk yang dihasilkan juga memiliki mutu yang baik, karena penggunaan bahan baku yang berkualitas kurang / buruk berdampak pada mutu produk yang dihasilkan dan pasti berpengaruh pada kelangsungan usaha ini.

b. Harga produk yang bersaing

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa harga produk yang bersaing dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Karena harga yang bersaing itu lah yang membuat Alexa Snack dapat masuk pada segmen yang dituju yaitu untuk kalangan menengah.

c. Jenis produk cukup variatif

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa jenis produk yang cukup variatif dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Jenis produk yang ditawarkan oleh Alexa Snack banyak jenisnya sehingga konsumen bisa memilih produk yang akan mereka beli.

d. Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Karena kami selalu meminta kritik dan saran demi kelangsungan usaha ini. Dan dari *Feedback* yang kita terima dari pelanggan, rata-rata memberi *feedback* yang cukup baik dan ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan. Hal ini membuat hubungan yang baik antara produsen dan konsumen karena menjalin komunikasi untuk meminta saran / kritik yang membangun.

e. Tampilan yang menarik

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa tampilan yang menarik dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Hal pertama yang dilihat dari calon konsumen pada saat ingin membeli produk adalah tampilan dari produk itu sendiri menarik atau tidak, apabila tampilannya tidak / kurang menarik maka calon konsumen tersebut tidak jadi membeli produk itu, maka itu Alexa Snack menyajikan produk yang cukup menarik tampilannya sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli.

f. Rasa yang enak

Konsumen sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa rasa yang enak dapat menjadi kekuatan Alexa Snack. Menurut responden, rasa dari produk-produk kami cukup enak, karena kami menggunakan bahan dengan komposisi yang tepat, maka menjadikan rasa pada produk olahan kami enak.

Dari hasil kuesioner tersebut variabel diatas menjadi kekuatan dari Alexa Snack.

2. Kelemahan / *Weakness*

Variabel kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan yang ada pada perusahaan ini, seperti : keterbatasan tenaga kerja, modal usaha, tempat produksi dan produk cacat. Data variabel kelemahan diperoleh dari pemilik dan karyawan selaku responden variabel kelemahan Alexa Snack dengan cara mengisi kuesioner.

Berikut adalah tanggapan responden pemilik dan karyawan :

Tabel 4.3.2

Tanggapan Pemilik dan Karyawan Kelemahan Alexa Snack

PERNYATAAN	Sangat tidak setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Netral (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat setuju (Skor 5)		Rata-rata skor	Keterangan
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
KELEMAHAN	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		

1. Kurangnya tenaga kerja di Alexa Snack	-	-	-	-	1	3	2	8	-	-	3.67	Setuju
2. Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha ini	-	-	-	-	1	3	2	8	-	-	3.67	Setuju
3. Kurangnya pengawasan dalam proses produksi	-	-	-	-	-	-	3	12	-	-	4	Setuju
4. Alexa snack membutuhkan ruang produksi yang lebih besar	-	-	-	-	-	-	2	8	1	5	4.33	Setuju

Sumber : data primer yang diolah,2017

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang diperoleh dari Responden diatas, maka variabel kelemahan / *weakness* berikut dinyatakan setuju :

A. Kurangnya tenaga kerja

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa kurangnya tenaga kerja merupakan kelemahan Alexa Snack. Karena jumlah tenaga kerja yang terbatas yaitu hanya 4 orang sehingga apabila pesanan sedang banyak sekali, maka dikhawatirkan bisa menjadi penurunan kualitas sebab proses produksi harus cepat untuk dapat memenuhi semua pesanan apalagi pesanan tersebut tidak hanya 1 macam jenis, tetapi berbagai jenis.

B. Keterbatasan modal

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa keterbatasan modal merupakan kelemahan Alexa Snack. Karena usaha ini masih tergolong baru dan pemilik juga masih aktif menjadi mahasiswa dengan modal yang tidak banyak dari hasil menabung uang jajan dengan dibantu orang tua.

C. Kurangnya pengawasan dalam proses produksi

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya kurangnya pengawasan dalam proses produksi merupakan kelemahan Alexa Snack. Karena pengawasan proses produksi yang sedikit lemah, terkadang ada beberapa hasil roti yang kurang baik contohnya seperti ketika memanggang ada yang suhu terlalu panas sehingga ada 1-2 roti yang gosong, atau ketika dipanggang ada roti yang nempel satu sama lain.

D. Keterbatasan tempat produksi

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa keterbatasan tempat produksi merupakan kelemahan Alexa Snack. Dengan luas 6 m x 5 m maka Alexa Snack membutuhkan tempat produksi yang lebih besar, dikarenakan tempat produksi saat ini hanya memanfaatkan garasi rumah yang dirubah menjadi tempat produksi, juga menyatu dengan rumah tangga.

Dari hasil kuesioner tersebut variabel diatas menjadi kelemahan dari Alexa Snack.

3. Peluang / *Opportunity*

Variabel peluang adalah sebuah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, seperti : jumlah permintaan tinggi diwaktu tertentu, pemasok bahan baku yang banyak, ada program kredit usaha rakyat. Data variabel peluang diperoleh dari pemilik dan karyawan selaku responden variabel peluang Alexa Snack dengan cara mengisi kuesioner. Berikut adalah tanggapan responden pemilik dan karyawan :

Tabel 4.3.3
Tanggapan Pemilik dan Karyawan Peluang Alexa Snack

PERNYATAAN	Sangat tidak setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Netral (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat setuju (Skor 5)		Rata-rata skor	Keterangan
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1. Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu	-	-	-	-	-	-	1	4	2	10	4.67	Setuju
2. Pemasok bahan baku banyak	-	-	-	-	-	-	3	12	-	-	4	Setuju

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang diperoleh dari Responden diatas, maka variabel peluang / *opportunity* berikut dinyatakan setuju :

A. Permintaan jumlah yang tinggi pada saat-saat tertentu

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa permintaan yang tinggi pada saat-saat tertentu merupakan peluang Alexa Snack, seperti Hari Raya Idul Fitri, atau Natal, jumlah permintaan cukup meningkat sehingga pemasukan pun juga naik, dan juga melayani Pra Order roti kering, karena disaat seperti itu produk Roti Kering paling banyak dibeli oleh konsumen.

B. Pemasok bahan baku yang banyak

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa pemasok bahan baku yang banyak merupakan peluang Alexa Snack, seperti Toko Harmoni di Jalan Citarum, Toko Fortune di Jalan Kampung Kali, Toko Sumber Wangi di Jalan MT. Haryono sehingga bisa memilih bahan baku dan harga yang cocok apabila tidak menemukan kecocokan harga atau barang, bisa memilih pemasok lainnya.

Dari hasil kuesioner tersebut maka variabel diatas menjadi peluang dari Alexa Snack.

4. Ancaman / *Threats*

Variabel ancaman merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, seperti : pesaing, produk dari pesaing lebih inovatif, harga bahan baku meningkat. Data variabel ancaman diperoleh dari pemilik dan karyawan selaku responden variabel ancaman Alexa Snack

dengan cara mengisi kuesioner. Berikut adalah tanggapan responden pemilik dan karyawan :

Tabel 4.3.4
Tanggapan Pemilik dan Karyawan Ancaman Alexa Snack

PERNYATAAN	Sangat tidak setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Netral (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat setuju (Skor 5)		Rata-rata skor	Keterangan
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1. Banyaknya pesaing yang sama di bidang roti	-	-	-	-	-	-	1	4	2	10	4.67	Setuju
2. Produk pesaing lebih inovatif dan beragam	-	-	-	-	1	3	1	4	1	5	4	Setuju
3. Harga bahan baku semakin naik	-	-	-	-	1	3	-	-	2	10	4.33	Setuju

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang diperoleh dari Responden diatas, maka variabel ancaman / *threats* berikut dinyatakan setuju :

A. Pesaing

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa pesaing merupakan ancaman Alexa Snack. Pesaing merupakan sesuatu yang umum di sebuah usaha, baik dari sesama pelaku UKM atau usaha yang sudah berskala besar yang sudah memiliki banyak pengalaman di bidang roti. Beberapa contoh pesaing Alexa Snack antara lain : Roti

Titas yang terletak di Jalan Grafika, Banyumanik dan De'Kempling yang dipasarkan secara daring melalui media sosial *Facebook*.

B. Produk dari pesaing lebih inovatif dan beragam

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa produk pesaing lebih inovatif dan beragam merupakan ancaman Alexa Snack. apalagi yang sudah lama berkecimpung di dalam bisnis roti pastinya inovasi dan variasi produk lebih beragam. Beberapa contoh inovasi dan variasi produk dari pesaing antara lain : Roti Titas dengan *Apple Pie, Baked Cheese, Croissant (Smoked Beef, Cheese, Plain)* dan Roti De'Kempling dengan beberapa produknya diantara lain Aneka Soes (*Tiramisu, Oreo, Pandan, Durian) Pie Vanila / Vanila Rhum, Pie Red Velvet.*

C. Harga bahan baku yang semakin naik

Pemilik dan karyawan sebagai responden menyatakan setuju yang artinya bahwa harga bahan baku semakin naik merupakan ancaman Alexa Snack. dipengaruhi oleh kenaikan BBM, Pasar dan lain-lain maka produk Alexa Snack pun turut menyesuaikan.

Dari hasil kuesioner tersebut maka variabel diatas menjadi ancaman dari Alexa Snack.

4.4 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Berikut ini merupakan hasil perhitungan matriks IFE dengan data yang di dapat langsung oleh pihak internal Alexa Snack yang berjumlah 3 orang yaitu pemilik, asisten produksi, dan karyawan bagian produksi.

Tabel 4.4.1 Matriks IFE

STRENGTH		BOBOT	PERINGKAT	BOBOT x PERINGKAT
1	Produk yang dihasilkan dari Alexa Snack mempunyai mutu yang baik	0,12	3	0,36
2	Harga yang ditawarkan cukup bersaing	0,13	4	0,52
3	Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif	0,10	3	0,30
4	Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik	0,07	3	0,21
5	Tampilan produk dari Alexa Snack Menarik	0,12	3	0,36
6	Rasa produk yang enak	0,13	4	0,52
WEAKNESS				
1	Kurangnya tenaga kerja di Alexa Snack	0,10	2	0,20
2	Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha ini	0,06	1	0,06
3	Kurangnya pengawasan dalam proses produksi	0,08	2	0,16
4	Keterbatasan tempat produksi	0,08	2	0,16
TOTAL		1		2,85

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Bobot dan peringkat matriks IFE ditentukan oleh pihak internal Alexa Snack yang berjumlah 3 orang, yaitu Christian Budiman sebagai pemilik, Melia Setiana sebagai asisten produksi, Ibu Yani sebagai kepala produksi. Pengisian bobot dan peringkat dengan cara membagikan kuesioner kepada 3 orang tersebut, hasil dari masing-masing responden kemudian dirata-rata. Bobot merupakan signifikansi relatif dari suatu variabel terhadap kesuksesan perusahaan, peringkat adalah ukuran efektivitas strategi perusahaan saat ini. Berdasarkan perhitungan rata-rata terdapat kekuatan utama sebesar 13% merupakan harga yang cukup bersaing dan rasa produk yang enak, kemudian kekuatan selanjutnya adalah 12% mutu produk yang baik dan tampilan produk yang menarik, 10% jenis produk yang variatif, lalu 7% untuk hubungan yang baik dengan pelanggan. Selanjutnya kelemahan utama sebesar 10% yaitu kurangnya tenaga kerja, kemudian kelemahan berikutnya adalah 8% untuk kurangnya pengawasan dalam proses produksi, dan keterbatasan ruang produksi, serta 6% untuk keterbatasan modal. Dari Tabel IFE diatas ditemukan juga adanya beberapa strategi perusahaan yang unggul saat ini, yaitu strategi harga yang bersaing dan rasa produk yang masing-masing memiliki rating 4. Kemudian mutu produk yang baik, tampilan produk, jenis produk, hubungan antara pelanggan memiliki rating yang sama yaitu 3. Diharapkan perusahaan mampu mempertahankan strategi tersebut karena memiliki rating cukup tinggi yang berarti merupakan keunggulan utama.

Adapun juga strategi perusahaan yang belum berhasil dan harus dirubah seperti kurangnya tenaga kerja, kurangnya pengawasan dalam proses produksi, Keterbatasan tempat produksi memiliki rating 2, dan keterbatasan modal yang

memiliki rating 1. Setelah mengetahui bobot dan peringkat tiap-tiap variabel lalu dikalikan, hasilnya lalu dijumlahkan pada tiap-tiap variabel dengan total 2,85.

4.5 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Berikut ini merupakan hasil perhitungan matriks EFE dengan data yang di dapat langsung oleh pihak internal Alexa Snack yang berjumlah 3 orang. pemilik, asisten produksi, dan karyawan bagian produksi.

Tabel 4.5.1 Matriks EFE

	<i>OPPORTUNITY</i>	BOBOT	PERINGKAT	BOBOT x PERINGKAT
1	Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu	0,23	3	0,69
2	Pemasok bahan baku banyak	0,27	4	1,08
	<i>THREAT</i>			
1	Banyaknya pesaing yang sama dibidang roti	0,17	2	0,34
2	Produk pesaing lebih inovatif dan beragam	0,20	2	0,40
3	Harga bahan baku semakin naik	0,13	1	0,13
	TOTAL	1		2,64

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Bobot dan peringkat matriks EFE ditentukan oleh pihak internal Alexa Snack yang berjumlah 3 orang, yaitu Christian Budiman sebagai pemilik, Melia Setiana sebagai asisten produksi, Ibu Yani sebagai kepala produksi. Pengisian bobot dan peringkat dengan cara membagikan kuesioner kepada 3 orang tersebut, hasil dari masing-masing responden kemudian dirata-rata. Berdasarkan hasil tabel matriks EFE diatas, variabel yang berpengaruh baik untuk perusahaan dalam

jangka waktu kedepan yaitu jumlah permintaan yang tinggi pada waktu tertentu sebesar 23% dan pemasok bahan baku yang banyak sebesar 27%. Sedangkan di faktor ancaman, variabel yang berpengaruh adalah banyak pesaing yang sama di bidang roti dengan bobot 17%, kemudian produk pesaing yang lebih inovatif dan beragam sebesar 20%, serta harga bahan baku semakin naik sebesar 13%.

Dari Tabel EFE diatas ditemukan juga peluang berpengaruh baik yaitu pemasok bahan baku banyak memiliki rating 4 dan jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu memiliki rating 3. Diharapkan perusahaan dapat memanfaatkan dengan baik peluang-peluang ada tersebut sehingga dapat memajukan perusahaan yang lebih baik.

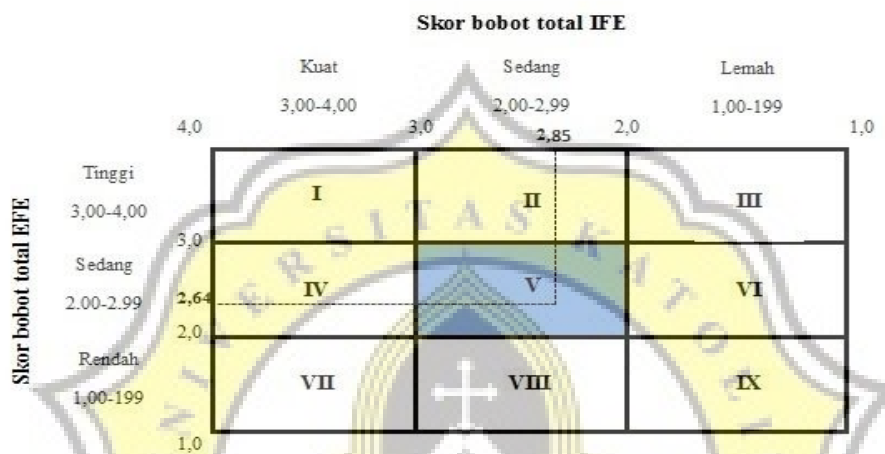
Adapun juga ancaman bagi perusahaan seperti banyaknya pesaing yang sama di bidang roti, produk pesaing lebih inovatif dan beragam yang memiliki rating 2, serta harga bahan baku yang semakin naik memiliki rating 1. Untuk itu diharapkan Alexa Snack dapat bersaing dengan pesaing yang ada saat ini serta lebih mengembangkan lagi di dalam lini produknya agar bisa menghadapi ancaman tersebut. Setelah mengetahui bobot dan peringkat tiap-tiap variabel lalu dikalikan, hasilnya lalu dijumlahkan pada tiap-tiap variabel dengan total 2,64.

4.6 Matriks Internal-Eksternal

Berdasarkan hasil dari perhitungan matriks IFE dan matriks EFE, dapat diketahui diposisi manakah letak Alexa Snack sebagai berikut:

Tabel 4.6.1

Matriks IE



Dari skor yang didapat pada matriks IFE sebesar 2,85 dan EFE sebesar 2,64 maka posisi Alexa Snack berada di sel V. Strategi yang dapat diterapkan pada sel V adalah menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). strategi yang cocok diterapkan adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dalam hal ini Alexa Snack perlu melakukan penetrasi pasar seperti mencari pangsa pasar baru dan meningkatkan pemasaran, seperti dapat merambah ke luar daerah Kota Semarang ke kota-kota lainnya dengan mempromosikan produk melalui media sosial. Sedangkan strategi pengembangan produk seperti meningkatkan lagi jenis produk yang ada saat ini, seperti menambahkan varian rasa pada Roti isi semisal rasa *Blueberry*, *Sosis*, *Pandan*, dan sebagainya.

4.7 Analisis SWOT

Untuk membuat analisis SWOT caranya adalah dengan menggabungkan faktor internal dan faktor eksternal, lalu mencocokkan strategi yang menghasilkan 4 sel kemungkinan strategi alternatif yaitu :

- a. Strategi SO (kekuatan-peluang)
- b. Strategi WO (kelemahan- peluang)
- c. Strategi ST (kekuatan-ancaman)
- d. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

Berikut adalah analisis SWOT Alexa Snack :

Tabel 4.7.1 Matriks SWOT

ANALISIS SWOT	STRENGTH	WEAKNESS
	<ol style="list-style-type: none">1. Produk yang dihasilkan Alexa Snack mempunyai mutu yang baik2. Harga cukup bersaing3. Jenis produk cukup variatif4. Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik5. Tampilan menarik6. Rasa yang enak	<ol style="list-style-type: none">1. Kurangnya tenaga kerja2. Keterbatasan modal3. Kurangnya pengawasan dalam proses produksi4. Keterbatasan tempat produksi

<p>OPPORTUNITY</p> <p>1. Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu</p> <p>2. Pemasok bahan baku banyak</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Menambah beberapa varian produk baru (S3, S5, S6, O2)</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Promosi memanfaatkan media sosial (W2, O1)</p> <p>2. Menerapkan kebijakan <i>Down Payment</i> dalam pemesanan sebesar 50% (W2, O1)</p>
<p>THREAT</p> <p>1. Banyaknya pesaing yang sama di bidang roti</p> <p>2. Produk pesaing lebih inovatif dan beragam</p> <p>3. Harga bahan baku semakin naik</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Memberi diskon / bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu (S2, S4, T1)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri (W2, T3)</p>

Dari Matriks SWOT diatas, maka bisa disimpulkan strategi alternatif pengembangan produk dan penetrasi pasar sebagai berikut :

A. Pengembangan Produk

Berikut adalah strategi alternatif yang diusulkan :

1. Menambah varian produk baru.

S3 : Jenis produk cukup variatif

S5 : Tampilan menarik

S6 : Rasa yang enak

O2 : Pemasok bahan baku banyak

Alexa snack dapat menambahkan varian produk seperti roti sobek ukuran besar dengan berapa jenis rasa atau segera dalam waktu dekat akan diluncurkan produk baru yaitu roti kombinasi legit yang tergolong unik karena kue lapis legit yang dikombinasikan dengan roti bolu, kemudian roti chiffon dengan varian rasa pandan atau vanilla, pie susu dan sebagainya yang secara dipasaran juga banyak peminatnya. Tentunya dapat dijadikan peluang bagi usaha ini.

2. Menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri

W2 : Keterbatasan modal

T3 : Harga bahan baku semakin naik

Untuk menghemat biaya produksi maka itu dibuatlah *topping* dengan buatan sendiri, semisal keju yang dibuat menggunakan mentega cair, garam dan terigu, coklat yang dibuat menggunakan bahan mentega cair, bubuk coklat, gula dan terigu. tanpa mengurangi rasa, kualitas daripada produk itu sendiri.

B. Penetrasi pasar

Berikut adalah strategi alternatif yang diusulkan :

1. Promosi memanfaatkan media sosial.

W2 : Keterbatasan modal

O1 : Jumlah permintaan tinggi waktu tertentu

Mempromosikan produknya secara daring merupakan strategi alternatif yang tepat untuk saat ini dikarenakan banyak orang aktif di dunia maya terutama menggunakan media sosial seperti *Facebook, Instagram, Go-food by Gojek,*

Grabfood Alexa Snack saat ini telah memiliki akun *Instagram* yaitu @alexa_cookies.smg Dan secara tidak langsung promosi adalah sebuah perluasan pangsa pasar, sehingga diharapkan mampu menjaring pelanggan lebih banyak lagi.

2. Menerapkan kebijakan *Down Payment* dalam pemesanan sebesar 50%

W2 : Keterbatasan modal

O1 : Jumlah permintaan tinggi waktu tertentu

Dengan menerapkan kebijakan *down payment* sebesar 50%, bertujuan untuk pada saat permintaan tinggi / banyak Alexa Snack tetap mampu melakukan proses produksi, jadi ketika mendapat pesanan dari konsumen tidak khawatir akan kekurangan biaya untuk proses produksi.

3. Memberi diskon atau bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu.

S2 : Harga cukup bersaing

S4 : Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik

T1 : Banyaknya pesaing yang sama dibidang roti

Strategi alternatif ini diharapkan mampu menjaring konsumen lebih banyak lagi dan mempertahankan konsumen supaya tetap menjadi pelanggan setia di Alexa Snack karena terdapat penawaran harga terbaik yaitu berupa potongan harga atau bonus produk setiap pembelian dengan jumlah tertentu.

Berikut rincian ketentuan diskon atau bonus produk dari UKM Alexa Snack :

1. Mini Fruit Pie 50 pcs, bonus 2 pcs ; 100 pcs, bonus 5 pcs + bebas ongkos kirim.

2. Fruit Pie ukuran besar (diameter berapapun) 2 pcs, bonus lilin ultah dan kartu ucapan.
3. Brownies 5 pcs, bonus 10 mini fruit pie.
4. Pembelian 200 pcs *all item* diskon 15 % + bebas ongkos kirim.

4.8 Matriks QSPM

Dari hasil analisis SWOT diatas, diketahui terdapat 5 strategi alternatif yang bisa digunakan oleh Alexa Snack, yaitu :

1. Menambah varian produk baru yaitu menambah varian produk baru seperti roti sobek ukuran besar, roti chiffon rasa pandan atau vanilla, pie susu, dan sebagainya.
2. Menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri yaitu dengan membuat isian keju dan; atau coklat buatan tanpa mengurangi rasa dan kualitas produk itu sendiri, serta untuk menekan biaya produksi.
3. Promosi memanfaatkan media sosial yaitu memasarkan produknya secara daring menggunakan media sosial, sehingga diharapkan dapat memperlebar pangsa pasar.
4. Menerapkan kebijakan *Down Payment* dalam pemesanan sebesar 50% yaitu konsumen yang ingin membeli produk Alexa Snack harus membayar *Down Payment* sebesar 50% sebagai tanda jadi dan tidak berkekurangan untuk biaya produksi.
5. Memberi diskon atau bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu.

Data QSPM merupakan tahapan terakhir untuk menganalisa strategi ini, serta penentuan strategi alternatif yang tepat dan sesuai untuk dijalankan oleh

perusahaan ini dimulai dari urutan prioritas strategi yang terbaik. Untuk menentukan skor daya tarik (*Attractiveness Score-AS*) ditentukan oleh pihak internal berdasarkan hasil kesepakatan bersama. Daya tarik dari masing-masing alternatif strategi diisi dengan rentang skor 1 hingga 5 untuk mengetahui faktor utama SWOT berpengaruh terhadap alternatif strategi.

Berikut adalah tabel matriks QSPM Alexa Snack :



Tabel 4.8.1

Matriks QSPM

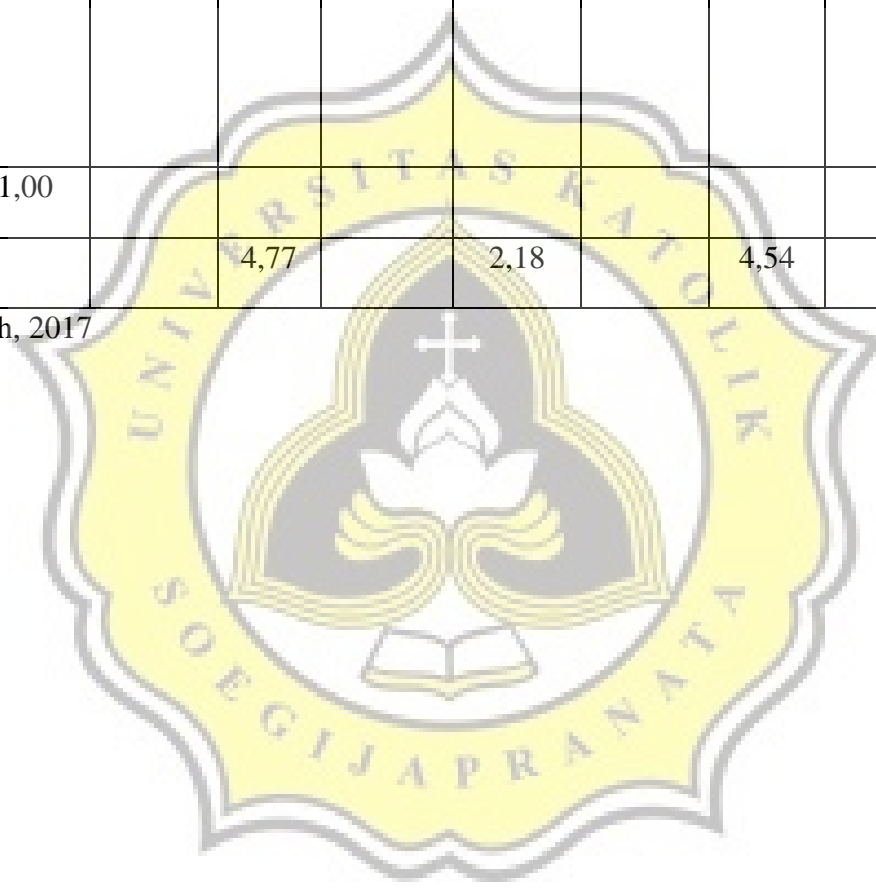
		Menambah varian produk baru		Menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri		Promosi memanfaatkan media sosial		Menerapkan kebijakan <i>Down Payment</i> dalam pemesanan sebesar 50%		Memberi diskon atau bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu	
Faktor-Faktor Utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang											
1. Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu	0,23	3	0,69	1	0,23	2	0,46	4	0,92	5	1,15
2. Pemasok bahan baku banyak	0,27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ancaman											
1. Banyaknya pesaing yang sama di bidang roti	0,17	5	0,85	2	0,34	4	0,68	1	0,17	3	0,51

2. Produk pesaing lebih inovatif dan beragam	0,20	5	1,00	2	0,40	3	0,60	1	0,20	4	0,80
3. Harga bahan baku semakin naik	0,13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Bobot Eksternal :	1,00										
Kekuatan											
1. Produk yang dihasilkan dari Alexa Snack mempunyai mutu yang baik	0,12	5	0,60	3	0,36	4	0,48	1	0,12	2	0,24
2. Harga yang ditawarkan cukup bersaing	0,13	2	0,26	1	0,13	4	0,52	3	0,39	5	0,65
3. Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif	0,10	3	0,30	1	0,10	5	0,50	2	0,20	4	0,40

4. Hubungan antara pelanggan terjalin dengan baik	0,07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Tampilan produk dari Alexa Snack Menarik	0,12	3	0,36	1	0,12	5	0,60	2	0,24	4	0,48
6. Rasa produk yang enak	0,13	5	0,65	2	0,26	4	0,52	1	0,13	3	0,39
Kelemahan											
1. Kurangnya tenaga kerja di Alexa Snack	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha ini	0,06	1	0,06	4	0,24	3	0,18	5	0,30	2	0,12
3. Adanya produk yang cacat	0,08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Keterbatasan tempat produksi	0,08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Total Bobot Internal :	1,00									
Total Keseluruhan TAS :			4,77	2,18	4,54		2,67		4,74	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017



Dari hasil perhitungan Matriks QSPM diatas, dapat diketahui strategi mana yang terbaik untuk kelanjutan Alexa Snack. Hasil dari matriks QSPM terdapat di tabel berikut ini :

Tabel 4.8.2

Hasil QSPM

No.	Alternatif Strategi	TAS	Peringkat
1.	Menambah varian produk baru	4,77	I
2.	Menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri	2,18	V
3.	Promosi memanfaatkan media sosial	4,54	III
4.	Menerapkan kebijakan <i>Down Payment</i> dalam pemesanan sebesar 50%	2,67	IV
5.	Memberi diskon atau bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu	4,74	II

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil analisis matriks QSPM, dapat diketahui strategi alternatif yang dapat dilakukan oleh Alexa Snack yaitu: Menambah varian produk baru, strategi ini mendapat peringkat tertinggi sebesar 4,77 dari total skor daya tarik, hal ini bertujuan untuk menambah lini produknya agar semakin beragam, sehingga pilihan konsumen semakin banyak. Kemudian di peringkat kedua yaitu memberi diskon atau bonus produk untuk konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu, strategi ini diharapkan agar konsumen menjadi pelanggan setia di Alexa Snack

serta mampu menjangkau konsumen-konsumen baru . Di peringkat ketiga Terdapat promosi memanfaatkan media sosial, dengan kemajuan akses internet promosi menggunakan media sosial bisa dijadikan solusi efektif untuk mempromosikan produk dari UKM Alexa Snack ini. Strategi yang keempat yaitu Menerapkan kebijakan *Down Payment* dalam pemesanan sebesar 50% , dengan menerapkan kebijakan ini Alexa Snack diharapkan mampu melakukan proses produksi sekalipun permintaan tinggi, karena dengan konsumen membayar DP dahulu maka biaya produksi tetap lancar mengingat Alexa Snack ini mengalami kendala keterbatasan modal. Dan terakhir strategi alternatif ke-5 yaitu menggunakan bahan isian roti dengan buatan sendiri, dengan membuat isi roti dengan buatan sendiri, diharapkan Alexa Snack mampu untuk menekan biaya produksi dari harga yang sudah ditentukan.

